

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Pendekatan dan Jenis Metode**

##### **3.1.1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:11) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Teknik pengumpulan data dapat menggunakan instrument penelitian data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif atau hubungan. Penelitian asosiatif merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

##### **3.1.2. Sumber Data Penelitian**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

###### **1. Data Primer**

Menurut Sugiyono (2013:193) data primer adalah sumber data yang langsung data kepada pengumpul data, dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden untuk mengetahui tanggapan tentang penelitian yang diteliti. Data primer yang di peroleh oleh penelitian adalah hasil dari observasi, penyebaran kuisisioner (angket), dan didapatkan pada saat melakukan penelitian melalui kuisisioner, wawancara atau *interview*.

Jadi data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari tempat penelitian atau data yang terjadi dilapangan penelitian yang diperoleh dengan teknik dokumentasi serta langsung dari narasumber dengan menggunakan wawancara terstruktur kemudian diolah oleh penulis.

## 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2013:193) data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen, berupa literatur-literatur, laporan-laporan dan jurnal.

Jadi data sekunder, yaitu data pendukung guna melengkapi data primer yang diperoleh dari buku-buku, literatur, artikel-artikel dan karya ilmiah lainnya yang berhubungan dengan masalah, baik dari media masa, audio visual, atau perpustakaan.

## 3.2. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diciptakan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian akan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012:19). Sedangkan menurut Santoso dan Tjiptono (2011:79) mengatakan bahwa populasi merupakan sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus. Populasi yang akan diteliti harus didefinisikan dengan jelas sebelum melakukan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Sardo Swalayan.

## 2. Sampel

Sugiyono (2012:56) ia menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen Sardo Swalayan Kota Malang.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria yang sudah ditentukan. Kriteria yang dimaksud yang sudah ditentukan peneliti untuk menentukan sampel pengambilan data. Kriteria tersebut diantaranya: (1) konsumen yang loyal terhadap Sardo Swalayan selama satu bulan (2) konsumen yang loyal terhadap harga yang sudah ditentukan Sardo Swalayan. Maka dalam menentukan banyak sampel penelitian terhadap populasi menggunakan rumus Slovin, Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tidak diketahui, maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(0.10)^2 + 1}$$

Keterangan:

$n$  = banyaknya unit sampel

$N$  = banyaknya populasi

$d^2$  = taraf nyata (0,10)

1 = bilangan konstanta

Berdasarkan rumus tersebut, akan diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{394}{394(0.10)^2 + 1} = \frac{394}{3,94} = 100$$

Jadi jumlah sampel yang diambil dari penelitian ini yaitu 100 responden

### 3.3. Objek Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk pokok masalah, dengan munculnya masalah yang terjadi pada objek maka penelitian dapat dilakukan seperti yang dikatakan oleh (Sugiyono,2012:19). Objek yang diambil adalah karyawan swalayan terkait dengan pelayanan yang diberikan kepada para konsumen guna mendapatkan loyalitas konsumen pada Sardo Swalayan.

Pada penelitian ini dilakukan di Sardo Swalayan yang terletak di Jl.Gajayana No.500, Dinoyo, Kec.Lowokwaru, Kota Malang Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja, yaitu pemilihan lokasi penelitian secara sengaja yang didasarkan atas pertimbangan melalui pemilihan-pemilihan berdasarkan kesesuaian karakteristik yang dimiliki calon sampel atau responden dengan kriteria tertentu yang dikehendaki oleh peneliti sesuai tujuan penelitian.

Karakteristik dari Sardo Swalayan yaitu menjadi salah satu pusat perbelanjaan termurah di Kota Malang. Sardo juga merupakan Swalayan terlengkap, mulai dari pakaian anak-anak hingga dewasa yang dijual dengan harga yang terbilang murah dan bisa dijangkau oleh semua masyarakat. Selaian pakaian, banyak juga perlengkapan lainnya yang dijual di Swalayan ini. Pelayanan para Pramuniaga Sardo terbilang ramah dan sangat kooperatif. Mereka siap membantu para pembeli untuk memilih barang dagangan. Jika barang dagangan ada yang cacat maka kasir tidak segan-segan untuk menyarankan pembeli agar memilih produk sejenis dengan barang yang lain dengan kualitas

yang lebih baik. Inilah salah satu nilai unggul dari pelayanan perbelanjaan di Sardo Swalayan sehingga membuat konsumen menjadi loyal.

### **3.4. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian**

#### **1. Lokasi Penelitian**

Kegiatan penelitian terletak di Jl.Gajayana No.500, Dinoyo, Kec.Lowokwaru, Kota Malang Jawa Timur.

#### **2. Waktu Pelaksanaan Penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada Bulan Agustus 2019.

### **3.5. Operasionalisasi Variabel**

Operasional variabel adalah kegiatan menjabarkan konsep variabel menjadi konsep yang lebih sederhana, yaitu indikator. Operasional variabel ini dilakukan untuk membatasi permasalahan agar tidak meluas. Menurut Sugiyono (2011) operasional merupakan penentu konstruk atau sifat yang dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Penelitian ini membahas tiga variabel yaitu variabel independennya adalah kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2). Sedangkan variabel dependennya adalah loyalitas konsumen (Y).

#### **1. Variabel independen (X)**

##### **a.) Kualitas Pelayanan (X1)**

Suatu cara dari penyedia layanan dengan melibatkan segala aspek individu di dalamnya untuk dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan para konsumen. Adapun indikator yang digunakan adalah, sebagai Berikut:

##### **1. Reliabilitas (*Reliability*)**

##### **2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

3. Jaminan (*Assurance*)
  4. Empati (*Empathy*)
  5. Bukti Fisik (*Tangibles*)
- b.) Harga (X2).

Harga merupakan salah satu atribut paling penting yang dievaluasi oleh konsumen, dan manajer perlu benar-benar menyadari peran harga tersebut dalam pembentukan sikap konsumen. Adapun indikator yang digunakan adalah, sebagai Berikut:

1. Harga sesuai kualitas
  2. Harga sesuai manfaat
  3. Keterjangkauan harga
  4. Harga bersaing
2. Variabel Dependen (Y)
- a.) Loyalitas Konsumen (Y)

Kesetiaan konsumen terhadap penyediaan jasa yang telah memberikan pelayanan kepadanya. Adapun indikator yang digunakan adalah, sebagai Berikut:

1. Melakukan pembelian secara teratur
2. Membeli produk dan jasa
3. Merekomendasikan produk
4. Loyalitas terhadap produk

### **3.6. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner, oleh karena itu kualitas kuesioner dan kesanggupan responden dalam

menjawab pertanyaan merupakan hal yang penting dalam penelitian ini. Kuesioner akan dibagikan kepada konsumen Sardo Swalayan. Setelah kuesioner diisi oleh konsumen, kuesioner tersebut akan dikembalikan kepada peneliti agar peneliti mengetahui hasilnya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh melalui pengamatan dan wawancara langsung dengan konsumen Sardo Swalayan Kota Malang yang dipandu dengan menggunakan kuesioner.

Dalam proses pengumpulan data dari daerah penelitian, dilakukan dengan beberapa langkah yaitu kuesioner dengan penjabaran sebagai berikut:

a. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2013:199) kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden dan bersedia memberikan jawaban melalui tulisan sesuai dengan permintaan. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.

Melalui teknik skala likert dengan menggunakan kuesioner sehingga mengumpulkan data yang berupa jawaban tertulis dari responden atas sejumlah pertanyaan yang diajukan di dalam kuesioner. Disini responden tidak diberi kesempatan untuk menjawab dengan kata-kata sendiri. Responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan. Untuk setiap pertanyaan terdiri dari lima alternatif jawaban dengan skor sebagai berikut:

- a.) Sangat Setuju, diberi skor 5
- b.) Setuju, diberi skor 4
- c.) Kurang Setuju, diberi skor 3

- d.) Tidak Setuju, diberi skor 2
- e.) Sangat Tidak Setuju, diberi skor 1

### **3.6. Analisis Data**

#### **3.6.1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas Data**

##### **a.) Uji Validitas**

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan, kesesuaian, atau kecocokan suatu alat untuk mengukur apa yang akan diukur (Murti dan Wahyu, 2006:65). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2012:49). Pengujian validitas ini menggunakan *pearson correlation* dengan menghitung korelasi antara nilai yang didapat dari pertanyaan-pertanyaan. Suatu pertanyaan dikatakan valid jika tingkat signifikannya dibawah 0,05. Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan software *SPSS statistic 25*.

##### **b.) Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah suatu instrumen yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2012:154). Suatu kuisisioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Bukti kuisisioner dikatakan *reliable* (layak) jika *Cronbach Alpha*  $> 0,06$  dan dikatakan tidak *reliable* jika *Cronbach Alpha*  $< 0.06$ . Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan software *SPSS statistic 25*.



### 3.6.2. Teknik Analisi Data

Tahap selanjutnya setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas, data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis. Berdasarkan dengan latar belakang penelitian kuantitatif ini, maka teknik analisis data yang digunakan adalah bertujuan untuk menguji apakah pengaruh yang signifikan atau tidak antar komponen variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen. Berikut adalah beberapa teknik yang digunakan untuk menganalisis data:

#### a) Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada uji normalitas ini, pengujian dilakukan pada variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan loyalitas konsumen ( $Y$ ). Penelitian ini menggunakan *Kolmogrov-Smirnov* untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Adapun kriteria uji normalitas yaitu jika angka  $\text{sig} > 0,05$  maka distribusi normal. Sedangkan jika angka  $\text{sig} < 0,05$  maka berdistribusi tidak normal.

##### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji dimana antara kedua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (Priyanto, 2010:62). Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui korelasi yang signifikan antara variabel-variabel independen dalam regresi linear berganda.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan jika dalam regresi terjadi error ( $e_i$ ) atau beberapa nilai  $X$  tidak konstan (berubah-ubah). Uji heteroskedastisitas yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari individual satu pengamatan yang lain, jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat pola tertentu pada grafik *scatterplot* antar SPREID dan ZPRED (Priyanto, 2010:67). Dasar analisis heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### b.) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan salah satu analisis yang menjelaskan tentang akibat-akibat dan besarnya akibat yang ditimbulkan oleh satu atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2012:86).

Menjelaskan bahwa dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini digunakan teknik regresi

linear berganda karena dapat menggambarkan bagaimana suatu variabel terikat dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas.

Pada penelitian ini variabel Y atau variabel terikatnya adalah loyalitas konsumen, sedangkan variabel X atau variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan dan harga. Apabila dimasukkan ke dalam rumus regresi linier berganda, maka akan diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

- Y** = Loyalitas konsumen
- a** = Konstanta
- b<sub>1</sub>** = Koefisien regresi antara kualitas pelayanan dengan harga
- b<sub>2</sub>** = Koefisien regresi antara harga dengan loyalitas konsumen produk
- X<sub>1</sub>** = Variabel kualitas pelayanan
- X<sub>2</sub>** = Variabel harga
- e** = *error disturbances*

Dalam penelitian ini Kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel independen, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Loyalitas konsumen.

### 3.8. Analisis Uji Hipotesis

#### 1. Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel independen. Untuk menguji apakah masing-masing variabel

bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama dengan  $\alpha = 0,05$  (Ghozali, 2012:88). Maka cara yang dilakukan adalah:

- a. Bila (P-Value)  $< 0,05$  artinya variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen.
- b. Bila (P-Value)  $> 0,05$  artinya variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi variabel dependen.

## 2. Uji Statistik t

Uji t digunakan untuk melihat apakah variabel bebas memang benar dapat mempengaruhi variabel terikat secara parsial. Perhitungan t (t-statistik) merupakan suatu perhitungan untuk mencari signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji t dilakukan untuk membandingkan tingkat signifikansi tiap-tiap variabel bebas dengan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$ . Uji t digunakan untuk membuktikan apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Langkah-langkah uji t adalah sebagai berikut:

### 1. Menentukan Hipotesis

H0 : tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen.

H1 : Dinyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

H2 : Dinyatakan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

### 2. Menentukan kriteria penerimaan hipotesis dengan taraf nyata: $\alpha : 0,5$ .

### 3. Uji Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi mempunyai interval nol sampai satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Jika  $R^2 = 1$ , berarti besarnya presentase sumbangan  $X_1, X_2$ , terhadap variasi (naik-turun)  $Y$  secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan  $Y$ .



